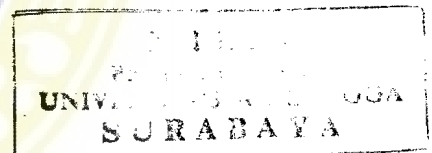


1. ORAL COMMUNICATION
2. MARKETING

**ANALISIS PENGARUH ELEMEN-ELEMEN KOMUNIKASI
DARI MULUT KE MULUT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOMPUTER RAKITAN PRODUKSI NUTЕК KOMPUTER
DI SURABAYA**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

KK
B 13/00
Cha
a



**DIAJUKAN OLEH
CAHYA CHAIRANY
No. Pokok : 049314211**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
1999**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH ELEMEN - ELEMEN KOMUNIKASI
DARI MULUT KE MULUT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOMPUTER RAKITAN PRODUKSI NUTEK KOMPUTER
DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

CAHYA CHAIRANY

No. Pokok: 049314211

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

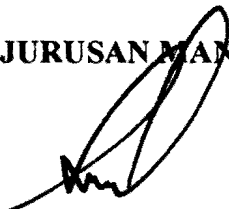
DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. INDRIANAWATI USMAN, MSc.

TANGGAL *5 Feb. 2000*

KETUA JURUSAN MANAJEMEN,



Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, S.E.

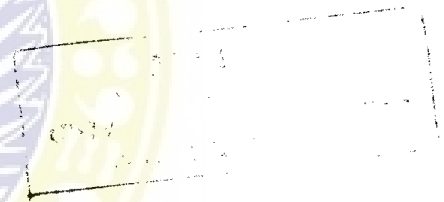
TANGGAL *5 Feb. 2000*

BIMBINGAN SKRIPSI INI SELESAI DAN SIAP DIUJI

SURABAYA, 29 APRIL 1999

DOSEN PEMBIMBING,


Dra. Ec. INDRIANAWATI USMAN, MSc.



ABSTRAKSI

Komputer rakitan adalah alat yang dibutuhkan dalam perkembangan teknologi. Komputer rakitan dibutuhkan dan diminati oleh perusahaan maupun perorangan. Komputer rakitan tidak kalah dengan komputer *bulit-up* karena mutu dapat terjamin dan harga terjangkau. Perusahaan penghasil komputer rakitan sudah menjamur di Surabaya, sehingga persaingan sangat ketat. Diperlukan kiat-kiat khusus untuk bersaing di dalam menjual komputer rakitan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan agar penjualan sukses, adalah komunikasi yang baik antara perusahaan dengan konsumennya. Komunikasi yang baik dibutuhkan dalam penyampaian informasi tentang komputer rakitan. Salah satunya adalah melalui komunikasi dari mulut ke mulut.

Dalam penelitian ini penulis akan membahas tentang analisis pengaruh elemen-elemen komunikasi dari mulut ke mulut terhadap keputusan pembelian komputer rakitan produksi Nutek Komputer di Surabaya. Elemen-elemen komunikasi dari mulut ke mulut yang diteliti adalah *salesperson*, *telemarketer* dan *opinion leader*.

Pengukuran dilakukan dengan menghitung seberapa besar pengaruh elemen komunikasi dari mulut ke mulut terhadap keputusan pembelian komputer rakitan produksi Nutek Komputer. Dari pengukuran tersebut dapat membuktikan bahwa *opinion leader* adalah elemen komunikasi dari mulut ke mulut yang paling dominan terhadap keputusan pembelian komputer rakitan produksi Nutek Komputer. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan *Regresi Linier Berganda* melalui program *SPSS*.

Penyebaran kuesioner kepada responden yang mempunyai minat untuk membeli komputer rakitan produksi Nutek Komputer, dilakukan mulai bulan Nopember 1998 sampai dengan bulan Maret 1999. Metode penentuan sampel adalah *Accidental Sampling* yang merupakan bagian dari *Non Random Sampling*. Banyaknya responden yang diteliti adalah 100 orang.

Dengan menggunakan data-data yang didapatkan selama penelitian, akhirnya dapat ditarik kesimpulan bahwa elemen komunikasi dari mulut ke mulut yang paling berpengaruh (dominan) terhadap keputusan pembelian komputer rakitan produksi Nutek Komputer adalah *opinion leader*.